

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman milenial saat ini, aktivitas masyarakat terkait penyimpanan atau penggunaan uang makin tinggi, bahkan saat ini penggunaan e-banking sudah dilakukan beberapa daerah di Indonesia. Hal tersebut semakin menambah gairah bank-bank yang ada di Indonesia untuk berlomba-lomba menjadi yang terbaik secara citra hingga kepercayaan, mulai dari pelayanan, keamanan, sampai inovasi-inovasi yang bank lakukan untuk menarik minat nasabah, salah satunya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia, Bank Indonesia sebagai regulator telah merumuskan sebuah *Grand Strategy* Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar meliputi aspek-aspek strategis, yaitu: pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank (Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2014).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) menjadi salah satu topik hangat selama beberapa tahun ini. Beberapa perusahaan nasional dan internasional mendukung pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menjadikan CSR sebagai *voluntary disclosure*, bukan menjadikannya laporan yang diprioritaskan. Kajian CSR semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat (Purwitasari, F., Chariri, 2014).

Perkembangan pengungkapan CSR di Indonesia dimulai sejak ditetapkannya UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang keharusan perseroan terbatas melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Disisi lain pelaksanaan program CSR selain disebabkan kewajiban undang-undang No. 40 tahun 2007 dan penerapan *Good Corporate Governance*, juga terkait dengan pencapaian tujuan milenium development goals yang telah digagas oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB). Penerapan kewajiban CSR sebagaimana diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 huruf b menyebutkan "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan" (Sukarni, 2021).

Beberapa peraturan Bank Indonesia, menjelaskan bahwa perbankan syariah wajib menerapkan prinsip *Good Corporate Governance* yang salah satunya adalah prinsip pertanggungjawaban. Prinsip pertanggungjawaban dalam GCG mengandung makna yang luas, yang salah satunya dapat diimplementasikan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)*. BJB Syariah merupakan salah satu Bank Syariah yang telah berkomitmen untuk menerapkan kebijakan CSR (Sari, 2021).

Menurut Kotler dan Nancy, mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan. Kemudian menurut Wibisono, *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu komitmen yang berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Philip Kotler dan Nancy Lee, 2023).

Beberapa pendapat diatas secara garis besar mengatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra dan kepercayaan nasabah. Akan tetapi pada kenyataannya citra dan kepercayaan antara individu dengan yang lain yaitu faktor kemampuan, integritas dan faktor kebaikan hati.

Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan. Citra perusahaan yang spesifik, memuaskan dan efektif disampaikan secara konsisten melalui usaha-usaha pemasaran dan komunikasi agar citra yang diinginkan dapat direalisasikan. Oleh karena itu, perusahaan jasa yang bergerak di bidang keuangan, memiliki citra yang baik adalah sangat penting (Tjokrowibowo, 2013).

Secara sadar maupun tidak, setiap perusahaan pasti mempunyai sebuah citra di masyarakat. Citra itu dapat berperingkat baik, sedang, maupun buruk. Dampak peringkat citra yang berbeda antar perusahaan dalam suatu industri ikut mempengaruhi keberhasilan mereka dalam kegiatan bisnis dan pemasaran produknya. Menurut Tang dalam Sia dan Subagio menyatakan bahwa *orporate image* (citra perusahaan) merupakan kesan-kesan yang muncul dalam pemikiran seseorang ketika mereka mendengar nama dari sebuah bank, tempat, restoran, atau institusi bisnis lainnya. Selain

nama, kesan yang muncul tersebut dapat juga dipengaruhi oleh arsitekturnya, variasi produk atau jasa yang ditawarkan, tradisi, ideologi mengenai perasaan akan sebuah kualitas.

Citra perusahaan tidak bisa direkayasa, untuk itu, perusahaan perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang perusahaan yang diharapkan, sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif (Baihaqi, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Narisyah, 2018) mengatakan bahwa program tanggung jawab sosial yang dilaksanakan dengan baik akan berpengaruh dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar. Hasil penelitian yang sama dilakukan oleh (Risa Nurjanah, 2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel CSR atau Tanggung Jawab Sosial dengan Citra Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Puteri., 2013), mengenai implementasi CSR yang dilakukan melalui wawancara dengan masyarakat dan mitra binaan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) di PT. Angkasa Pura 1 adisutjipto Yogyakarta berdampak positif dan juga efektif dalam mempertahankan citra positif. Dalam penelitian Fitriani (Fitriani, 2017), menyimpulkan bahwa kegiatan CSR “beasiswa unggulan CIMB Niaga” yang diukur melalui implementasi CSR terbukti memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan. Dimana semakin tinggi nilai yang didapatkan oleh kegiatan CSR menggunakan pengukuran implementasi CSR maka akan semakin tinggi pula citra perusahaan.

Pendirian Bank BJB Syariah diawali dengan pembentukan Divisi/Unit Usaha Syariah oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Pada tanggal 20 Mei 2000, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang mulai tumbuh keinginannya untuk menggunakan jasa perbankan syariah pada saat itu. Hingga saat ini Bank BJB Syariah berkedudukan dan berkantor pusat di Kota Bandung, Jalan Braga No 135, dan telah memiliki 10 (sepuluh) kantor cabang, kantor cabang pembantu 53 (lima puluh tiga), 3 Mobil Kas Keliling, jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar di daerah Propinsi Jawa Barat, Banten dan DKI Jakarta dan 77.000 jaringan ATM Bersama. (*Bank BJB Syariah Cabang Cirebon*, 2023).

Pelaksanaan CSR pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon sudah ada sejak didirikan pada tanggal 15 Januari 2010 berdasarkan Akta Pendirian Nomor 04 yang dibuat oleh notaris Fathiah Helmi, dan kegiatan CSR ini sudah diberlakukan. Secara umum, pelaksanaan program CSR Bank BJB Syariah mengacu pada peraturan

perundang-undangan yang berlaku, antara lain: 1. Undang Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, 2. Undang Undang No.32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, 3. Undang Undang No. 1 tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja, 4. Undang Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, 5. Undang Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Pelanggan, 6. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, 7. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Indonesia No.1/ POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, 8. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik (Report, 2021).

Seiring dengan perkembangan dunia industri, aktifitas berderma di kalangan dunia usaha saat ini terbilang cukup besar. Ini dibuktikan oleh hampir semua perusahaan yang berpartisipasi dalam survey yang dilakukan oleh PIRAC (*Public Interest Research And Advocacy Center*) selama tahun 2022 ini (93%) mengaku pernah memberikan sumbangan dalam tiga tahun terakhir (Abidin, 2023).

Studi PIRAC tersebut menggambarkan pola-pola kedermawanan perusahaan. Dilihat dari sifat dan bentuknya, sebagian besar sumbangan yang diberikan perusahaan bersifat insidental dan dalam bentuk natura. Sumbangan natura diberikan antara lain dalam bentuk: produk perusahaan, jasa professional, pemakaian sarana perusahaan, peralatan bekas pakai, keterlibatan perusahaan menjadi *volunteer*. Sementara sumbangan secara tunai diberikan dalam bentuk: hibah, joint promotion, iuran anggota, special event, payroll giving, dan zakat perusahaan (Abidin, 2023).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) berupa kegiatan filantropi dan pengembangan komunitas, umumnya dikemas untuk mengupayakan citra positif perusahaan alias media promosi (Wijaya, 2023).

Semakin bertambahnya perbankan syariah yang muncul, tentunya persaingan usaha terjadi begitu ketat. Tetapi dengan selalu berkomitmen untuk melaksanakan program CSR, maka akan mampu menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat, masyarakat akan lebih menjaga perkembangan, lebih mengakui dan menerima bank yang bersangkutan. Secara tidak langsung, CSR akan membentuk citra positif bagi nasabah yang akan membawa keuntungan di masa yang akan datang

(*Responsibility*, 2021).

Berangkat dari permasalahan yang ada masih terdapatnya bank yang belum melakukan kegiatan tanggung jawab sosial, dan masih banyak yang melakukan CSR hanya merupakan kegiatan sukarela (*Voluntary*) (Rusdianto, 2023). Sedangkan kegiatan CSR lebih merupakan suatu komitmen bersama yang berkelanjutan dari bank untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial. Jika dilakukan dengan benar, efektif, terstruktur, dan bersifat jangka panjang, bukan hal yang mustahil jika kegiatan tersebut dapat memberikan *feedback* yang positif kepada lingkungannya (Rosilawati, 2023). Bank dapat membentuk citra (*image*) yang positif dan hal ini sangat penting bagi bank dalam hal mendapatkan kepercayaan dari masyarakat untuk menjadi nasabah. Banyaknya nasabah yang tidak mengetahui apa itu *Corporate Social Responsibility* (CSR), Para *stakeholder* dan masyarakat harus mengetahui kegiatan CSR apa saja yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan. Semakin banyak masyarakat tahu, maka kegiatan CSR akan semakin bermanfaat dan dapat meningkatkan citra perusahaan (Indrayani, 2019).

Kajian tentang peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra positif Bank Syariah di masyarakat telah menjadi topik menarik untuk dibahas. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi dampak positif yang dihasilkan dari implementasi CSR oleh Bank Syariah serta bagaimana hal ini mempengaruhi persepsi dan citra perusahaan di kalangan masyarakat. Meskipun banyak penelitian telah menyoroti manfaat positif CSR bagi citra Bank Syariah, namun beberapa studi juga menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi CSR tidak selalu menghasilkan dampak yang diharapkan. Namun, penelitian-penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa implementasi CSR tetap menjadi praktik bisnis yang penting bagi Bank Syariah dalam memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitar serta meningkatkan kinerja Bank Syariah secara keseluruhan.

Dalam konteks Bank BJB Syariah Cabang Cirebon, hingga saat ini, belum ada penelitian yang cukup komprehensif yang mengungkapkan sejauh mana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di BJB Syariah Cabang Cirebon. Lebih lanjut, Ketidaktepatan pemahaman mengenai CSR, maksudnya disini ialah masih banyak nasabah Bank BJB Syariah Cabang Cirebon dan masyarakat umum yang belum sepenuhnya memahami apa itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan manfaatnya bagi masyarakat dan perusahaan. Keterbatasan kegiatan CSR: Beberapa bank belum

melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial, atau kegiatan CSR yang dilakukan belum memenuhi standar yang diharapkan. Dalam artian disini Bank BJB Syariah Cabang Cirebon melakukan kegiatan CSR itu masih terpusat, jadi maksudnya disini proposal yang diajukan oleh nasabah atau masyarakat umum kepada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon akan diajukan kembali ke bank pusat yang bertanggung jawab itu *Desk Corporate Sekretariat* yang bertugas menyetujui atau tidak nya proposal yang diajukan. Jadi tidak semua pengajuan proposal yang diajukan itu terealisasi tergantung *Desk Corporate Sekretariat* yang memilah atau memilih berdasarkan masalah yang urgent untuk mendapatkan dana CSR. Selain itu analisis SWOT suatu metode yang dapat menganalisis rencana strategis untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Maka dengan adanya penelitian ini peneliti ingin menganalisis Implementasi CSR untuk membentuk citra perusahaan khususnya di BJB Syariah Cabang Cirebon. Berdasarkan pada penjabaran tersebut, maka penulis merasa perlu untuk mengkaji lebih mendalam terkait **“Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Pada BJB Syariah Cabang Cirebon)”**

B. Perumusan Permasalahan

a. Identifikasi Masalah

1. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang tidak diimplementasikan dengan baik, hal ini dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan.
2. Ketidakjelasan Pemahaman Mengenai CSR: Masih banyak nasabah Bank BJB Syariah Cabang Cirebon dan masyarakat umum yang belum sepenuhnya memahami apa itu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan manfaatnya bagi masyarakat dan perusahaan.
3. Tidak efektifnya pengimplementasian analisis SWOT pada penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di perbankan, akan sulit dikenalnya kondisi internal dan eksternal untuk mengukur dampak yang ditimbulkan CSR dalam meningkatkan citra perusahaan khususnya di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon.

b. Batasan Masalah

Untuk memudahkan melakukan penelitian, maka perlu adanya Batasan masalah. Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini akan membatasi fokus pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon

sebagai objek penelitian.

2. Penelitian akan fokus pada program dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon. Hal ini mencakup kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh bank.

c. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di BJB Syariah Cabang Cirebon ?
2. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) di BJB Syariah Cabang Cirebon ?
3. Bagaimana kondisi internal dan eksternal pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan pada BJB Syariah Cabang Cirebon ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di BJB Syariah Cabang Cirebon ?
2. Untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) di BJB Syariah Cabang Cirebon ?
3. Untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan pada BJB Syariah Cabang Cirebon ?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan berupa:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, data mengenai Implementasi CSR dari BJB Syariah Cabang Cirebon. Serta bisa menjadi referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Perbankan Syariah

Membantu pihak perusahaan memudahkan pihak-pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung dalam pengevaluasian Implementasi CSR Bank terkait.

b. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang luas serta mendalami mengenai *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* Perbankan Syariah dalam meningkatkan citra perusahaan pada BJB Syariah Cabang Cirebon.

c. Bagi Pembaca

Dapat menjadikan sumber informasi tentang *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Bank Syariah serta menjadi sumber referensi yang dapat digunakan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu (*Literature Review*)

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai bahan pembandingan sekaligus menjadi sumber referensi dalam penelitian ini, maka diperlukan untuk mengkaji lebih dalam pada karya-karya ilmiah penelitian sebelumnya yang relevan dengan judul penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun penelitian-penelitian yang penulis temukan diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1. 1

Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Skripsi, (Syalawati, 2019).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam meningkatkan citra perusahaan (studi pada pt. bank aceh syariah).	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa CSR yang disalurkan PT. Bank Aceh Syariah mampu memberikan manfaat besar sehingga program ini dapat meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan Hal ini bisa dilihat dari terpenuhinya indikator pembentuk citra perusahaan yaitu <i>Advertising, Public Relation, Physical image, dan Actual experience.</i>	Terdapat persamaan yaitu : meneliti tentang Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam meningkatkan citra perusahaan. Perbedaannya adalah indikator yang dipakai adalah indikator citra perusahaan sedangkan penulis memakai indikator CSR dan memakai Analisis Swot untuk menganalisis kondisi kekuatan dan tantangan pelaksanaan CSR untuk meningkatkan citra

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				perusahaan serta perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian.
2.	Skripsi, (Sari, 2021).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam meningkatkan citra pada Bank Syariah (studi pada bri syariah cabang kota bengkulu).	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank BRI Syariah cabang kota Bengkulu melaksanakan satu dari 6 program CSR menurut Philip kotler program tersebut yaitu <i>Corporate Philantropy</i> dimana perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk darma untuk kalangan masyarakat tertentu.	Terdapat persamaan yaitu : meneliti tentang Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam meningkatkan citra perusahaan Perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.
3.	Skripsi, (Oktafiyanto, 2020).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada kesejahteraan menurut Imam Al-Ghazali (studi pada BRI Syariah cabang Malang).	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Bank BRI Syariah dalam mengimplementasikan program CSR telah melaksanakan baik, secara tidak langsung peningkatan ekonomi, yang sejalan dengan peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat, dan alam sekitar. Dan juga hasil penelitian ini sejalan dengan indikator yang dinyatakan oleh imam Al-Ghazali yaitu terpenuhnya kebutuhan pokok (dururiat), kenyamanan (haajiat) dan kemewahan (tahsiniat). semua indikator yang dinyatakan Imam Al-Ghazali telah terpenuhi salah satu yang dalam keberhasilan dalam indikator tersebut : memelihara agama (ad-dien), memelihara jiwa (an-nafs), memelihara akal (al-aql), memelihara keturunan (an-nasl),	Terdapat persamaan yaitu : teori yang dipakai adalah teori CSR. Perbedaannya adalah Putra Oktafiano meneliti tentang Implementasi CSR pada kesejahteraan Menurut Imam Al-Ghazali sedangkan penulis meneliti tentang Implementasi CSR dalam meningkatkan Citra perusahaan pada Bank Syariah serta perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian.

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			<p>memelihara harta (al-maal). BRI syariah menjalankan beberapa yang menjadi indikator menurut imam Al-Ghazali dan kebutuhan spiritual dan memperhatikan tiga konsep dalam melakukan kegiatan ekonomi. Pemenuhan kebutuhan hidup yang bersangkutan, mensejahterakan keluarga, membantu orang lain yang membutuhkan.</p>	
4.	Skripsi, (Kartini, 2019).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada BPRS Merto Madani kantor pusat Metro Menurut Etika Bisnis Islam.	<p>Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa BPRS Metro Madani telah menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang dilakukan atas dasar kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam etika bisnis Islam program CSR yang dijalankan oleh BPRS Metro Madani juga telah sesuai dengan prinsip etika bisnis yaitu: Prinsip otonomi, Prinsip kejujuran, Prinsip keadilan, Prinsip saling menguntungkan, Prinsip Integrasi moral dan Tanggung jawab dalam Etika Bisnis Islam serta sifat-sifat yang telah dicontohkan Rasulullah SAW yaitu sidiq, amanah, tabligh, dan fatnahah.</p>	<p>Terdapat persamaan yaitu : sama-sama menggunakan implementasi dan teori yang dipakai adalah CSR.</p> <p>Perbedaan penelitian suci kartini dan penelitian penulis adalah penelitian suci kartini membahas tentang Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada BPRS Merto Madani kantor pusat Metro Menurut Etika Bisnis Islam sedangkan penulis membahas tentang Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan pada Bank Syariah. Perbedaan lainnya yaitu tempat penelitian suci kartini meneliti di kantor pusat BPRS Metro sedangkan penulis meneliti di BJB Syariah cabang Cirebon.</p>
5.	Skripsi, (Risna Nurjanah & Mulazid, 2018).	Pengaruh kualitas pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Image Perusahaan (Studi Khusus pada PT. BNI	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Variabel kualitas pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap Image</p>	<p>Terdapat persamaan yaitu : sama-sama menggunakan Teori CSR serta sama-sama melakukan pengungkapan terhadap Bank Syariah.</p> <p>Perbedaan terletak pada</p>

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		Syariah Pusat (Jakarta).	perusahaan.	jenis penelitian, Risa Nurjanah menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya lainnya dilihat dari tempat penelitian, Risa Nurnajah meneliti di PT BNI Syariah pusat Jakarta sedangkan penulis di BJB Syariah cabang Cirebon.
6.	Journal of Islamic Accounting and Business Research (Farook et al., 2019).	Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure :the chase of islamic Banks (Sayd Farook).	Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya SSB sebagai mekanisme tata kelola yang dapat meningkatkan pengungkapan CSR Bank Syariah. Dengan demikian, dari perspektif kebijakan, lembaga yang mengatur perbankan Islam harus mempertimbangkan mandat SSB untuk semua "Bank Syariah".Orisinalitas/nilai penelitian ini adalah yang pertama memberikan dasar apriori untuk pengungkapan CSR Bank Syariah dan untuk menguji menggunakan data empiris.	Terdapat persamaan yaitu : teori yang dipakai adalah CSR,serta sama sama melakukan pengungkapan terhadap Bank Syariah Terdapat perbedaan yaitu : variabel penelitian terdahulu menggunakan Determinants, sedangkan penelitian sekarang menggunakan implementasi.
7.	Skripsi, (Fathia, 2018).	Implementasi Program Corporate Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh).	CSR dalam wujud PKBL (Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan). Pelaksanaan PKBL berpedoman pada beberapa prinsip, yakni accountability (sasaran yang akan dicapai jelas), Independent (pengelolaan secara profesional), fairness (memberikan perlakuan yang sama), transparancy (semua proses dilakukan secara terbuka), dan	Terdapat persamaan yaitu : bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi program <i>Corporate Social Responsibility</i> Perbedaannya yaitu Dinda Fathia meneliti tentang Implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Perspektif Hukum Islam sedangkan penulis meneliti tentang analisis Implementasi <i>Corporate</i>

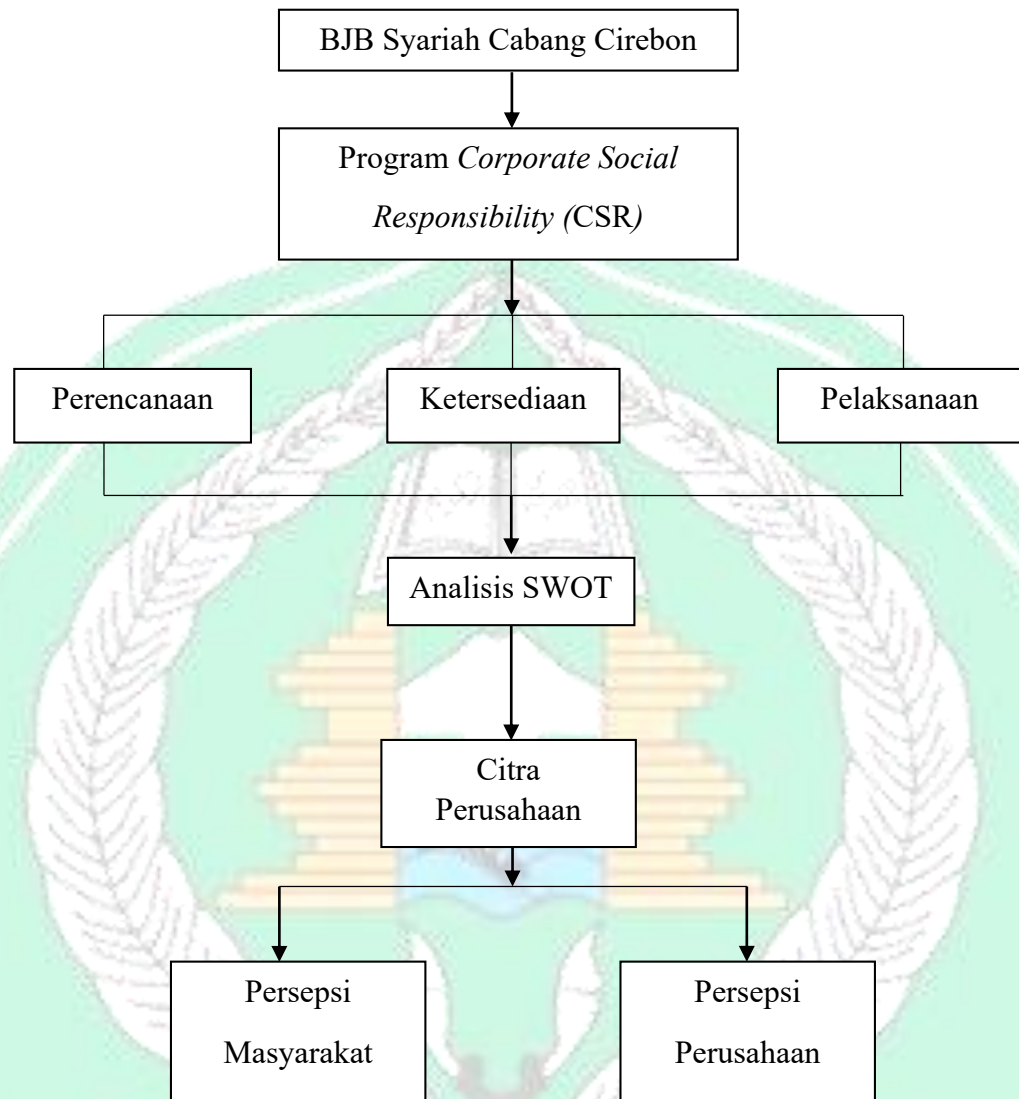
No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			<p>responsibility (bertanggungjawab) Prinsip tersebut sejalan dengan pelaksanaan CSR menurut perspektif Hukum Islam yang memenuhi unsur al-'Adl, al-Ihsan, manfaat dan amanah. Hal tersebut menunjukkan bahwa implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh sudah dapat dikatakan sesuai dengan pelaksanaan CSR dalam perspektif Hukum Islam.</p>	<p><i>Social Responsibility</i> dalam meningkatkan citra perusahaan. Selain itu, perbedaan juga terlihat dari lokasi penelitian yaitu pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh sedangkan penulis pada BJB Syariah Cabang Cirebon.</p>
8.	Skripsi, (Narisyah, 2018).	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bank Indonesia Provinsi Aceh Terhadap Program UMKM untuk Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat.	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa BI telah melaksanakan program tanggung jawab sosial dengan baik serta berpengaruh terhadap program UMKM untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar.	<p>Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Cut Leni Narisyah dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).</p> <p>Perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah Cut Leni Narisyah meneliti tentang Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bank Indonesia Provinsi Aceh Terhadap Program UMKM untuk Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat sedangkan penulis meneliti tentang Analisis Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam meningkatkan Citra Perusahaan.</p>
9.	Skripsi, (Ramadhani, 2019).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Bank BNI Syariah Cabang Makassar telah mengimplementasikan program-program CSR	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani H. US (2014), dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang <i>Corporate Social Responsibility</i>

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		ditinjau dari perspektif syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Makasar).	yang sesuai perspektif syariah dengan mengedepankan nilai-nilai ibadah yang melingkupi beberapa aspek habluminnallah, hablumminannas, dan hablum fil ardh. Bentuk implementasi CSR yang sesuai dengan perspektif syariah menarik perhatian nasabah untuk tetap loyal dengan PT Bank BNI Syariah Cabang Makassar.	(CSR). Perbedaan penelitian Ramadhani H. US (2014), Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah ditinjau dari perspektif syariah, sedangkan penulis Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam meningkatkan citra perusahaan. Selain itu, perbedaan juga terlihat dari lokasi penelitian yaitu pada (Studi Kasus Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Makasar). sedangkan penulis pada BJB Syariah Cabang Cirebon.
10	Jurnal Ilmu Komunikasi (Rhesa Rahmayanti, 2019).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Membangun Reputasi Perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. KAI (Persero) Daop 6 Yogyakarta bervariasi dan responsif terutama untuk menanggapi kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Namun, pelaksanaan program ini masih berada dalam ranah amal dan pelayanan, bukan perwujudan dari investasi sosial.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dian Rhesa Rahmayanti dengan penulis yaitu meneliti tentang Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, yaitu pada PT. KAI (persero) dan sedangkan penulis pada BJB Syariah Cabang Cirebon.
11	Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik (George, 2019).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik.	Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah penerapan CSR PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik tidak diterapkan dengan benar. Ini disebabkan oleh beberapa kendala. Ada kurangnya komunikasi antara perusahaan internal dan eksternal bahwa	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh George (2019), dengan penulis yaitu meneliti tentang Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> . Perbedaannya terletak pada tempat penelitian, yaitu pada PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			pemerintah dalam hal menyediakan data yang diperlukan dalam penyusunan.	Gresik dan sedangkan penulis pada BJB Syariah Cabang Cirebon.
12	Jurnal Muqtasid (Risna Nurjanah & Mulazid, 2018).	Pengaruh kualitas layanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Image Company di PT BNI Syariah Pusat Jakarta.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap image perusahaan dan simultan variabel kualitas pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap image perusahaan.	Persamaan penelitian Risna Nurjanah dengan penulis yaitu meneliti tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> . Perbedaan terletak pada jenis penelitian, Risna Nurjanah menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya lainnya dilihat dari tempat penelitian, Risna Nurnajah meneliti di PT BNI Syariah pusat Jakarta sedangkan penulis di BJB Syariah Cabang Cirebon.

F. Kerangka Teori/Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan di BJB Syariah Cabang Cirebon yang berada di Jl. Siliwangi No. 121, Kejaksan, Kec. Kejaksan, Cirebon, Jawa Barat, Bank ini merupakan salah satu Bank yang ada di Jawa Barat yang menyalurkan dana CSR untuk berbagai jenis kegiatan. Alur pemikiran dalam penelitian ini akan melihat implementasi CSR dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada BJB Syariah Cabang Cirebon dengan menggunakan indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa perencanaan, ketersediaan, pelaksanaan. CSR diberikan oleh BJB Syariah Cabang Cirebon yang ditujukan kepada Nasabah maupun masyarakat dengan cara wawancara semi terstruktur menggunakan metode analisis SWOT sebagai alat ukur Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian ke Bankir, dan Masyarakat Penerima CSR. setelah itu, penulis membuat hasil penelitian terhadap rumusan masalah yang telah dibuat. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat digambarkan kerangka penelitian menurut tabel adalah sebagai berikut :



Gambar 1. 1

Kerangka Pemikiran

Sumber : (Syalawati, 2019), Data diolah penulis (2023).

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk menggambarkan dan melaporkan secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai segala sesuatu yang berkaitan CSR pada BJB Syariah Cabang Cirebon. Tujuan Utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami pentingnya citra bagi suatu perusahaan. harapannya ialah

diperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena untuk selanjutnya dihasilkan sebuah teori. Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang Analisis Implementasi CSR dalam meningkatkan citra perusahaan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah empiris, yaitu subjek kajian dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan (Sugiono, 2016). Peneliti mengadakan kunjungan pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon dan berkomunikasi dengan Pimpinan, karyawan, dan nasabah bank BJB Syariah Cabang Cirebon.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini yang direncanakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu akan dilakukan mulai bulan Oktober 2023 s.d. bulan Februari 2024.

b. Lokasi Penelitian

Bank BJB Syariah KC Cirebon Siliwangi No. 121, Kejaksan, Kec. Kejaksan, Cirebon, Jawa Barat, 45123.

4. Informan penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang bisa memberikan informasi terkait dengan situasi dan kondisi latar belakang penelitian atau orang yang benar-benar mengetahui masalah yang akan diteliti (Moleong, 2020).

Dalam penelitian ini, terdapat 3 instansi yang akan menjadi informan penelitian, yaitu BJB Syariah Cabang Cirebon, DKM Masjid DKM Masjid Raya At-Taqwa Cirebon, dan Masyarakat pengguna CSR. Adapun informasi mengenai informan penelitian antara lain:

5. Jenis Data dan Sumber Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

a. Data primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara kepada Divisi penanggung jawab CSR di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon, dan masyarakat yang menerima dana CSR, wawancara ini berkaitan dengan topik permasalahan yang diteliti. Penulis menggunakan teknik wawancara semiterstruktur dengan daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan yang

pelaksanaannya lebih bebas daripada wawancara terstruktur.

b. Data sekunder

Merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Suliyanto, 2013). Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan data sekunder melalui dokumen, yaitu sumber data berupa tulisan yang mempunyai kaitannya dengan CSR yaitu laporan tahunan BJB Syariah Cabang Cirebon, web resmi BJB Syariah Cabang Cirebon, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian buku-buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

6. Uji Keabsahan Data

Menurut (Sugiono, 2016), uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

a. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apabila data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati. Dengan demikian dapat meningkatkan kredibilitas data.

b. Triangulasi

Wiliam Wiersma (2013) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengambilan data, dan waktu (Sugiono, 2016).

1) Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data (Sugiono, 2016).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk

wawancara dengan responden dan observasi langsung. Setiap sumber data dianalisis secara terpisah oleh peneliti untuk memahami sudut pandang unik masing-masing. Para responden, baik dari pihak perusahaan maupun penerima dana CSR, diajak untuk memberikan masukan dan konfirmasi terhadap temuan penelitian. Dengan demikian, triangulasi sumber dalam penelitian ini tidak hanya menambah kekuatan metodologis, tetapi juga menghasilkan interpretasi data yang lebih komprehensif.

2) Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. (Sugiono, 2016).

Dalam penelitian ini bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka penelitian melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar

3) Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan melalui wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya (Sugiyono, 2016).

Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang terdiri dari 1 orang Manajer Operasional & Penanggung Jawab CSR, 1 orang Manajer Bisnis Konsumer & Pelaksana Program CSR, 1 orang Pegawai Pusat Bank BJB Syariah, dan 3 orang nasabah BJB Syariah Cabang Cirebon / yang menerima CSR, Informan tersebut dipilih berdasarkan kompetensi yang berhubungan dengan penelitian ini, dengan demikian data yang didapat lebih valid dan akurat. Adapun karakteristik informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2

Profil Informan Dalam Penelitian

No.	Nama Informan	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Jabatan	Hari/Tanggal Wawancara
1	Wawan Hendra Gunawan	L	51 Tahun	S2	Manajer Operasional & Penanggung Jawab CSR	27 September 2023
2	Yadi Herdiyadi	L	44 Tahun	S1	Manajer Bisnis Konsumer & Pelaksana Program CSR	29 September 2023
3	Sulaiman	L	39 Tahun	S1	Pegawai Pusat Bank BJB Syariah	29 September 2023
4	Buya Yani	L	49 Tahun	S1	DKM Masjid Raya At-Taqwa Cirebon	30 November 2023
5	Iik Istikomah	P	22 Tahun	SMA	Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Penerima Basiswa Genbi	06 Desember 2023
6	Fakhri Ahmad Zainunnuri	L	20 Tahun	SMA	Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Penerima Basiswa Genbi	26 November 2023

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiono, 2016). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan langsung kepada objek penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data. Metode yang digunakan

adalah:

1) Observasi

Metode observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Sugiono, 2016). Dalam hal ini peneliti melakukan observasi awal mengenai Implementasi CSR dalam meningkatkan citra perusahaan pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon, menghimpun dan menganalisa informasi-informasi dari karyawan BJB Syariah Cabang Cirebon, di website BJB Syariah, di media-media berita Online lokal dan di laporan tahunan Bank BJB Syariah.

2) Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam metode kualitatif cenderung tidak formal seperti obrolan-obrolan ringan. Bersifat mendalam dan segala sesuatunya dikembangkan sendiri oleh peneliti. Teknik ini digunakan sebagai instrumen untuk memperoleh data secara langsung dari narasumber agar lebih jelas permasalahan yang akan dibahas, yaitu yang menjadi narasumber ialah pengelola BJB Syariah Cabang Cirebon (Thahir, 2013).

3) Dokumentasi

Mengumpulkan data berdasarkan laporan yang didapat dari perusahaan dan lembaga yang diteliti atau laporan lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa, dokumentasi hasil wawancara, dokumentasi profil Bank BJB Syariah Cabang Cirebon, buku-buku atau literatur lain seperti jurnal yang masih berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*, maupun perbankan syariah.

8. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu melihat kesesuaian antara teori dan praktik yang dijalankan oleh BJB Syariah Cabang Cirebon yaitu mengenai citra perusahaan dari kegiatan CSR.

Indikator Keberhasilan Corporate Social Responsibility Untuk melihat dan mengukur keberhasilan penerapan CSR pada suatu perusahaan ada beberapa indikator yang dapat kita jadikan acuan. Menurut Dody Prayogo (Dody Payogo, 2018) dalam (Afifulloh, 2019) ada 4 (empat) indikator keberhasilan CSR yang dapat dilihat, yaitu:

- a. Secara umum, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang di kandunginya yaitu turut menegakkan *social justice, sustainability, dan equity*.
- b. Secara sosial keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi di hadapan stakeholder sosialnya.
- c. Secara perusahaan, keberhasilan tanggung jawab sosial tercermin dari peningkatan nilai saham dan perbaikan citra perusahaan.
- d. Secara teknis berupa perencanaan, ketersediaan, pelaksanaan, dan juga keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

Indikator di atas dapat dilihat secara umum, dalam realitanya kita dapat melihat indikator tersebut lebih banyak lagi dan disesuaikan dengan bentuk bisnis yang dijalankan oleh korporasi tersebut. Seperti bisnis pertambangan, tekstil, telekomunikasi, pertambangan, entertainment, dan lain sebagainya (Irham Fahmi, 2015).

9. Teknik Analisis Data

Pada saat melakukan penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah model Analisis Interaktif. Di dalam model ini terdapat tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan cara yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisis untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat menarik kesimpulan atau memperoleh pokok temuan. Proses berlangsung hingga laporan akhir selesai atau biasa disebut dengan proses seleksi, penafsiran, penyederhanaan dan abstraksi data kasar. Dalam penelitian ini, peneliti telah memperoleh data yang cukup banyak. Oleh karena itu, peneliti menulis atau mencatat kesimpulan secara teliti dan rinci data yang telah diperoleh.

b. Sajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya, setelah data direduksi adalah mendisplay data atau menyajikan data, Menurut Miles Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan dalam penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, dan sejenisnya. Melalui

penyajian tersebut maka data menjadi tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan gambaran yang jelas tentang keseluruhan, yang pada akhirnya akan dapat menyusun kesimpulan, maka peneliti berusaha menyusunnya ke dalam penyajian data dengan baik dan jelas agar dapat dimengerti dan dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dari analisis data menurut Miles dan Huberman verifikasi. Ketika kegiatan menarik kesimpulan dan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur, sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan yang bermula tidak jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan "*final*" akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi seringkali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2014). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT yang terdiri dari *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* terkait pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra perusahaan pada perbankan syariah. Analisis SWOT ini didasarkan logika yang dapat memaksimalkan *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *weakness* (kelemahan) dan *threat* (ancaman).

Analisis SWOT pada penelitian ini akan membahas mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* yang ada di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon. Adapun yang akan di bahas dalam analisis SWOT ini terdiri dari aspek internal dan aspek eksternal. Pada aspek internal ini akan membahas mengenai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon yang biasanya muncul dari faktor di dalam bank. Sedangkan aspek eksternal akan membahas mengenai

peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dari penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon yang biasanya muncul dari faktor luar bank.

a. Matriks *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut David (Sandria, 2020), ada lima tahap penyusunan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (*IFAS*):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan *score*.
- 5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik *IFAS*, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. Matriks *EFAS* (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Menurut David (Sandria, 2020), ada lima tahap penyusunan matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (*EFAS*):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat

memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan *score*.
- 5) Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan nilai total *score* perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam *EFAS* Matriks, kemungkinan nilai tertinggi total *score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total *score* 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total *score* sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer merumuskan empat strategi yaitu Strategi SO (kekuatan-peluang), dan Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategis bagi perusahaan (Sugiyono, 2016).

Tabel 1. 3

Matriks SWOT

Sumber : Freddy Rangkuti, Data diolah penulis 2023.

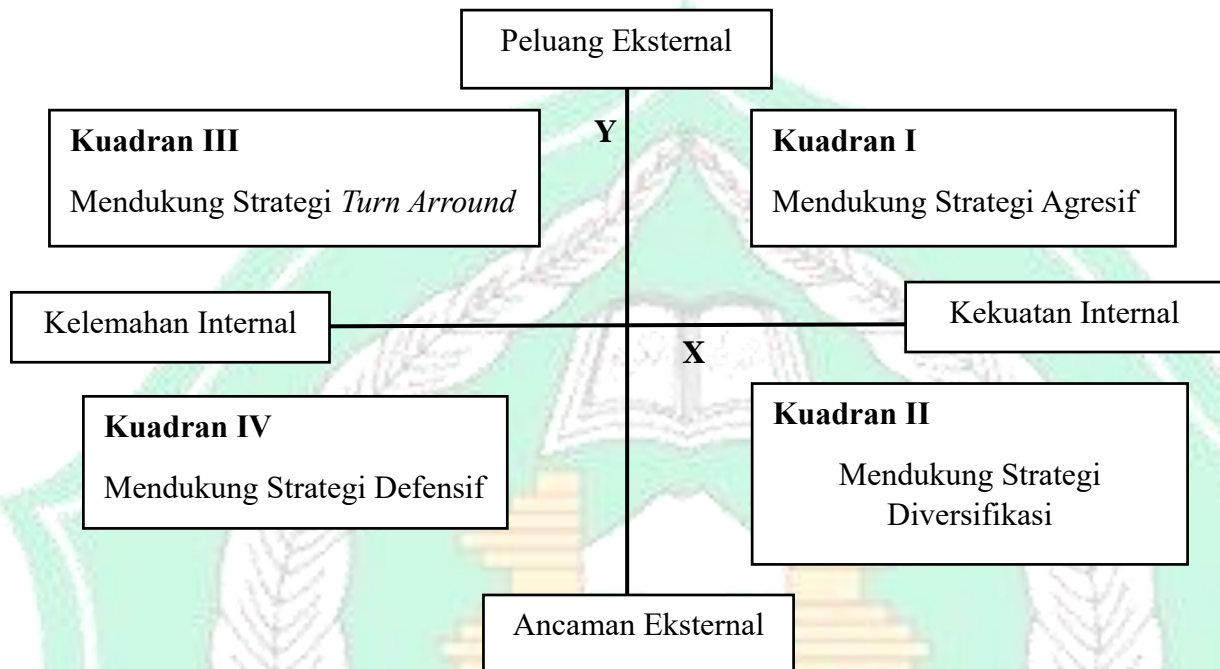
IFAS	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
EFAS	Tentukan faktor kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan internal
Opportunity (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threat (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

- 1) S-O strategi adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang.
- 2) W-O strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
- 3) S-T strategi adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- 4) W-T strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

d. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total antara *Opportunities* dan total *Threat*.

Di bawah ini gambar Diagram Analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 1. 2

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Data diolah penulis (2023).

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut: (Freddy, 2017).

- 1) Kuadran 1: Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.
- 2) Kuadran 2: Kuadran ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

- 3) Kuadran 3: Kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, karena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.
- 4) Kuadran 4: Kuadran ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dan memperjelas arah pembahasan maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan secara garis besar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas kerangka teori yang melandasi penelitian yang dipergunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada pada Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon.

BAB III PROFIL BJB SYARIAH CABANG CIREBON

Dalam bab ini berisi uraian mengenai profil, visi dan misi dari BJB Syariah Cabang Cirebon.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian yang diolah dan dianalisis tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Bank BJB Syariah Cabang Cirebon. Dan kemudian dikaitkan dengan kerangka teori yang dituangkan dalam bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka teori yang telah dikemukakan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

